

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI
FESTIVAL NIPAH “NYEBAR INFORMASI POTENSI
DESA HILIR” TAHUN 2016 DI KABUPATEN
CILACAP**



KARYA DESAIN

**Akhmad Belva Nugraha
NIM 1112161024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2016**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI
FESTIVAL NIPAH “ NYEBAR INFORMASI POTENSI
DESA HILIR” TAHUN 2016 DI KABUPATEN
CILACAP**



KARYA DESAIN

**Akhmad Belva Nugraha
NIM 1112161024**

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual**

2016

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI FESTIVAL NIPAH
“NYEBAR INFORMASI POTENSI DESA HILIR” TAHUN 2016 DI
KABUPATEN CILACAP** Diajukan oleh Akhmad Belva Nugraha

NIM 1112161024 Program studi S-1 Desain komunikasi visual Jurusan Disain
Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta telah disetujui tim
Pembina Tugas Akhir pada tanggal 22 Juni 2016 dan dinyatakan telah memenuhi
syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota

Drs Arif Agung S.,M.Sn.,
NIP. 19671116 199303 1 001

Pembimbing II/Anggota

P. Gogor Bangsa, M.Sn.
NIP. 19700106 200801 1 017

Cognate/Anggota

Drs. Wibowo, MSn.
NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Program Studi Desain
Komunikasi Visual/Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP. 19650209 199512 1 001

Mengetahui :

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Ketua Jurusan Desain/Ketua

Dr. Suastiwi, M.Des
NIP. 19590802 198803 2 002

Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn
NIP. 19650522 199203 1 003

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas segala nikmat yang telah Tuhan limpahkan. Berbagai pertolongan, kemudahan yang telah Tuhan ulurkan sehingga terciptalah perancangan tugas akhir dengan judul “Perancangan Komunikasi Visual Promosi Festival NIPAH (nyebar informasi potensi desa hilir) tahun 2016 di Kabupaten Cilacap”.

Cilacap merupakan kota Kawasan pesisir dan merupakan kawasan perairan yang unik, karena didominasi hamparan hutan bakau (mangrove) yang sangat luas. Laguna ini merupakan tempat berkembang biaknya anak-anak satwa laut sebelum kemudian keluar melalui muara laguna ke laut lepas, Samudera Hindia, untuk selanjutnya ditangkap para nelayan. Hal itu penting untuk menunjang keberlanjutan produk perikanan laut setempat yang sangat erat berkaitan langsung dengan kondisi sosial ekonomi nelayan.

Masalah lingkungan di Segara Anakan telah mengakibatkan mata pencaharian nelayan dan petani menurun drastis. Khususnya untuk masalah pendangkalan telah sebabkan desa-desa di Kecamatan Sidareja, Cipari, Kawunganten dan Kedungreja menjadi rawan banjir. Salah satu dari desa yang rutin tergenang adalah Desa Ujungmanik. Selain rutin tergenang, Desa Ujungmanik masih memiliki potensi Pohon NIPAH yang menjadi penopang perekonomian warga dan juga lingkungan. Masyarakat biasa memanfaatkan Daun NIPAH untuk dibuat Atap rumah dan juga menyadap Nira untuk dibuat Gula NIPAH. Kini, masyarakat Ujung Manik terus berjuang hidup dalam genangan banjir yang datang tiap tahun.

Dalam rangka menemukan dan mengenali permasalahan, potensi dan peluang tersebut, pegiat desa dan lingkungan di Kabupaten Cilacap berinisiatif untuk mengadakan Workshop Lingkungan, Informasi Desa dan potensi Desa yang dibungkus dalam gelar “Festival NIPAH”. Festival NIPAH akan menampilkan potensi perekonomian masyarakat dan juga inisiatif-inisiatif penyelamatan lingkungan serta dialog-dialog multipihak. Dengan acara ini, diharapkan para pihak sadar atas tanggungjawabnya dalam upaya kongkrit penyelamatan Segara Anakan dan kawasan hulu sungai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji syukur kepada Maha Perkasa dan tidak ada yang lebih perkasa dari pada diri-Nya Dialah Allah SWT, yang telah melimpahkan pertolongan Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir berjudul “Perancangan Komunikasi Visual Promosi Festival NIPAH (Nyebar Informasi Potensi Desa Hilir) tahun 2016 di Kabupaten Cilacap” tepat pada waktu yang telah di tentukan. Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Seni dalam program studi Desain Komunikasi Visual.

Dalam menyelesaikan perancangan ini, penulis banyak mendapatkan bantuan berupa ilmu, saran, masukan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih dan rasa syukur kepada

1. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.
2. Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Ibu Dr. Suastiwi, M.Des.
3. Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.
4. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
5. Dosen Wali Bapak FX. Widyatmoko, S.Sn.,M.Sn., terimakasih atas dukunganya selama masa perkuliahan.
6. Dosen Pembimbing I Bapak. Drs Arif Agung S., M.Sn., terimakasih atas bimbingannya, serta masukan-masukannya yang membangun.
7. Dosen Pembimbing II. Bapak P. Gogor Bangsa, M.Sn. terimakasih atas

masukan-masukannya yang mencerahkan.

8. Bapak P. Gogor Bangsa, M.Sn., sebagai koordinator Tugas Akhir yang selalu mengabarkan hal-hal yang berkaitan dengan Tugas Akhir.
9. Bapak Drs. Wibowo, MSn. selaku cognate saya, terimakasih atas masukanya.
10. Dosen-dosen lain yang telah ikut membantu memberikan saran dan masukan yang baik.
11. Keluarga tercinta, Bapak, Ibunda, dan Om Ipin serta Tante As saudara-saudara saya yang telah memberi semangat, dukungan serta doa kepada saya, juga pengorbanan- pengorbananya terhadap saya, juga kasih sayangnya yang tidak tergantikan.
12. Teman teman super kesayangan Nuna, Hasbi, Eko, Jarwo, Ega, Danang, Nuga, Ega, Dinta, Maya, Adel
13. Juga untuk kawan-kawan DKV 2011 yang solid.
14. Kepada team helo helo indo, earth hour jogja, grup CDO (campaign day out), keluarga WWF Indonesia, keluarga kos kucing dan geluk design serta banyak teman teman yang tak bias disebut secara satu persatu, trimakasih atas doa dan dukunganya.
15. Kepala Desa ujungmanik beserta Staffnya
16. Kawan-kawan seperjuangan TA.
17. Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikan-kabaikan kalian semua, Amin.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sungguh bahwa tugas akhir yang berjudul : **PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI FESTIVAL NIPAH “NYEBAR INFORMASI POTENSI DESA HILIR” TAHUN 2016 DI KABUPATEN CILACAP** yang dibuat untuk memenuhi persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukanlah merupakan hasil tiruan, atau publikasi dari skripsi, atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan dan atau yang pernah digunakan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.



Yogyakarta, Juni 2016

Akhmad Belva Nugraha
1112161024

LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya mahasiswa Institut Seni
Indonesia Yogyakarta :

Nama : Akhmad Belva Nugraha

Nomor Mahasiswa : 1112161024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada
Perpustakaan UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta, karya tugas akhir perancangan
yang berjudul **PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI
FESTIVAL NIPAH “NYEBAR INFORMASI POTENSI DESA HILIR”
TAHUN 2016 DI KABUPATEN CILACAP** Dengan demikian penulis
memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk
menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengolahnya dalam
bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan
mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan
akademis tanpa perlu meminta ijin saya maupun memberikan *royalty*
kepada saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis.
Demikian pernyataan ini yang penulis buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, Juni 2016

Akhmad Belva Nugraha

ABSTRAK

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI FESTIVAL NIPAH “NYEBAR INFORMASI POTENSI DESA HILIR” TAHUN 2016 DI KABUPATEN CILACAP

Oleh: Akhmad Belva Nugraha

Peranan sebuah promosi maupun iklan menjadi hal yang sangat penting bagi sebuah kegiatan yang menyangkut khalayak sekarang ini. Iklan dan promosi menjadi salah satu daya tarik tersendiri dan menjadi ujung tombak untuk menyampaikan tujuan dan maksud kepada target audience.

Media promosi festival NIPAH 2016 dinilai masih kurang mampu dalam menyampaikan positioning festival NIPAH itu sendiri. Pada tugas akhir ini akan dibuat prancangan media promosi visual untuk memperkuat positioning dari festival NIPAH sendiri, media promosi akan dibuat efektif, komunikatif, serta efisien guna mengangkat positioning festival NIPAH tersebut.

Beberapa konsep media promosi ini akan disampaikan menggunakan beberapa strategi budaya mulai dengan penggunaan bahasa daerah serta memunculkan tokoh maskot yang lucu sehingga dapat menambah unsur memorable dalam suatu media promosi.

Kata Kunci: Media Promosi, festival, lingkungan, desa, NIPAH.

ABSTRACT

A PLANNING OF PROMOTION VISUAL COMMUNICATION ON NIPAH FESTIVAL “ NYEBAR INFORMASI POTENSI DESA HILIR” 2016 AT CILACAP REGENCY

By: Akhmad Belva Nugraha

The role of promotion media or advertisement is really important for the public events nowadays. Promotion and advertisement becomes the attractive things to channel the goals and purposes toward the targetted audiences.

The promotion media for NIPAH Festival 2016 is seen as less effective to channel or inform the positioning of NIPAH festival itself. In this last project, it will be created the planning of visual promotion media to strengthen the positioning of NIPAH Festival. This promotion media will be created effectively, communicative, and efficient in order to raise up the positioning of NIPAH festival.

Several concepts of this promotion media will be delivered using some cultural strategies such as local language, and also showing a funny mascot figures, so it is expected that this promotion media will be memorable for the audiences.

Keywords: *Promotion media, Festival, environment, village, NIPAH*

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN BENDEL..... | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA..... | vi |
| HALAM PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | vii |
| ABSTRAK..... | viii |
| ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GB..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xviii |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Perancangan..... | 6 |
| D. Batasan Lingkup Perancangan..... | 6 |
| E. Manfaat Perancangan..... | 7 |
| F. Metode Perancangan..... | 7 |
| G. Skema Perancangan | 10 |
| | |
| BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS | 11 |
| A. Batasan Lingkup Perancangan Kajian Tentang Cilacap | 11 |
| 1. Sejarah Kota Cilacap Secara Historis..... | 12 |
| 2. Sejarah Kota Cilacap Secara Geografis | 15 |
| 3. Visi dan Misi | 27 |

| | |
|--|----|
| 4. Lambang Daerah | 18 |
| 5. Warna lambing daerah dan maknanya | 19 |
| 6. Motto | 19 |
| 7. Potensi Kabupaten Cilacap..... | 20 |
| B. Batasan dan Lingkup Perancangan Kajian Desa Ujungmanik..... | 24 |
| 1. Pemerintahan Desa Ujungmanik..... | 25 |
| 2. Statistik Desa..... | 26 |
| C. Batasan dan Lingkup Perancangan Kajian Hutan Mangrove | 28 |
| 1. Jenis-Jenis Mangrove..... | 29 |
| 2. Deskripsi Nipah..... | 30 |
| 3. Anatomi Nipah..... | 32 |
| 4. Manfaat pohon Nipah..... | 33 |
| D. Festival NIPAH 2015 | 35 |
| 1. Tujuan Kegiatan..... | 35 |
| 2. Pelaksana Kegiatan | 36 |
| 3. Tempat dan Waktu Kegiatan..... | 36 |
| 4. Peserta Kegiatan..... | 36 |
| 5. Lokasi Kegiatan | 37 |
| 6. Jenis Acara | 37 |
| 7. Susunan Acara..... | 37 |
| 8. Dokumentasi Acara festival Nipah 2015 | 40 |
| E. Pengertian Desain Komunikasi Visual | 42 |
| 1. Desain..... | 49 |
| 2. Komunikasi | 66 |
| F. Analisis Data | 57 |
| 1. What (apa)..... | 57 |
| 2. Who (siapa)..... | 57 |
| 3. When (kapan)..... | 57 |
| 4. Where (dimana)..... | 57 |
| 5. Why (mengapa)..... | 58 |
| 6. How (bagaimana) | 58 |
| G. Kesimpulan | 58 |

| | |
|--|-----------|
| BAB III. KONSEP PERANCANGAN | 59 |
| A. Tujuan Komunikasi..... | 59 |
| B. Strategi Komunikasi..... | 59 |
| C. Tujuan Media | 60 |
| D. Strategi Media | 60 |
| E. Tujuan Kreatif..... | 62 |
| F. Strategi Kreatif..... | 62 |
| G. Panduan Media..... | 63 |
| 1. Media Luar ruang..... | 63 |
| 2. Media Cetak | 64 |
| 3. Media Virtual | 64 |
| 4. Event id | 64 |
| H. Konsep Kreatif | 64 |
| 1. Pemilihan Bentuk Pesan Verbal..... | 64 |
| 2. Maskot..... | 65 |
| 3. Ikon | 66 |
| 4. Gaya Desain | 67 |
| 5. Warna..... | 67 |
| 6. Tipografi..... | 68 |
| I. Program Kreatif Penjabaran Media..... | 69 |
| 1. Poster..... | 69 |
| 2. Billboard..... | 70 |
| 3. Rontek | 72 |
| 4. Flyer | 73 |
| 5. Transit Ad | 73 |
| 6. Koran..... | 74 |
| 7. Facebook | 74 |
| 8. Instagram..... | 75 |
| 9. Banner ad Wesbsite..... | 77 |
| 10. Event Id | 78 |
| BAB IV. VISUALISASI | 80 |
| A. Pejaringan Ide Desain | 80 |
| 1. Maskot..... | 96 |

| | |
|---------------------------------|----------------|
| 2. Layout | 87 |
| 3. Ikon | 90 |
| B. Media Luar Ruang | |
| 1. Poster..... | 93 |
| 2. Billboard..... | 97 |
| 3. Rontek | 99 |
| 4. Flyer | 101 |
| 5. Transit Ad | 103 |
| C. Media Cetak | 105 |
| 1. Koran..... | 105 |
| D. Media Virtual | 107 |
| 1. Facebook | 107 |
| 2. Instagram..... | 109 |
| 3. Banner ad Wesbsite..... | 111 |
| E. Event Id | 113 |
| 1. Id card | 113 |
| 2. Kaos | 113 |
| 3. Totebag..... | 114 |
| 4. Pin | 114 |
| 5. mug..... | 115 |
| BAB V. PENUTUP | 116 |
| A. Kesimpulan | 116 |
| B. Saran | 117 |
| DAFTAR PUSTAKA | 118 |

DAFTAR GB.

| | |
|---|----|
| Gb. 1. Logo Festival NIPAH 2016 | 5 |
| Gb. 2. Poster kegiatan Festival NIPAH | 5 |
| Gb. 3. Peta wilayah cilacap..... | 11 |
| Gb. 4. Salah satu pintu gerbang LP..... | 12 |
| Gb. 5. Peta pembagian kecamatan di Cilacap..... | 16 |
| Gb. 6. Lambang kota Cilacap | 18 |
| Gb. 7. Peta Desa Ujungmanik..... | 24 |
| Gb. 8. Pohon mangrove yang hidup di pesisir pantai | 27 |
| Gb. 9. jenis pohon mangrove | 28 |
| Gb. 10. Pohon mangrove jenis Nipah | 30 |
| Gb. 11. anatomi pohon nipah..... | 31 |
| Gb. 12. Penyadapan nira pohon Nipah | 32 |
| Gb. 13. Warga sedang membuat anyaman atap rumah dari pohon Nipah..... | 33 |
| Gb. 14. Buah nipah atau sering disebut buah kiwel..... | 34 |
| Gb. 15. Pembukaan festival NIPAH 2015 | 34 |
| Gb. 16. Desain background festival NIPAH 2015..... | 39 |
| Gb. 17. Poster kegiatan | 40 |
| Gb. 18. Poster kegiatan 2 | 40 |
| Gb. 19. Beberapa bahasa ngapak yang ada di sosial media..... | 63 |
| Gb. 20 Beberapa maskot dengan pendekatan cute..... | 65 |
| Gb. 21. Contoh ikon dan penerapannya..... | 66 |
| Gb. 22. Contoh gaya <i>swiis style</i> | 67 |
| Gb. 23. Studi warna | 67 |
| Gb. 24. Font yess old dan linnote | 68 |
| Gb. 25 Buah Nipah | 80 |
| Gb. 26. Belahan buah nipah..... | 81 |
| Gb. 27. Buah nipah saat dipohon..... | 81 |
| Gb. 28. Sketsa Nampak depan, samping dan belakang | 82 |
| Gb. 29. Sketsa action | 82 |
| Gb. 30. Final Maskot | 83 |
| Gb. 31. Final maskot tampak samping..... | 84 |

| | |
|--|-----|
| Gb. 32. Final maskot tampak belakang..... | 85 |
| Gb. 33. Final Maskot <i>action</i> | 86 |
| Gb. 34. Studi visual konsep batang nipah..... | 87 |
| Gb. 35. Sketsa Visual Konsep Batang Nipah | 88 |
| Gb. 36. Alternatif layout | 88 |
| Gb. 37. Final layout | 89 |
| Gb. 38. Stuci visual ikon | 90 |
| Gb. 39. Sketsa visual ikon Nipah..... | 91 |
| Gb. 40. Final Ikon nipah | 92 |
| Gb. 41. Layout alternative poster..... | 93 |
| Gb. 42. Final poster 1 | 94 |
| Gb. 43. Final Poster 2 | 95 |
| Gb. 44. Final poster 3..... | 96 |
| Gb. 45. Sketsa Alternatif billboard | 97 |
| Gb. 46. Final Desain billboard..... | 98 |
| Gb. 47. Aplikasi billboard..... | 98 |
| Gb. 48. Alternatif layout | 99 |
| Gb. 49. Final desain Rontek..... | 100 |
| Gb. 50. Aplikasi rontek | 100 |
| Gb. 51. alternative Layout flyer..... | 101 |
| Gb. 52. Final Flyer | 102 |
| Gb. 53. Layout alternative transit ad | 103 |
| Gb. 54. Final desain transit ad | 104 |
| Gb. 55. Layout Alternatif koran | 105 |
| Gb. 56. Final Desain koran | 106 |
| Gb. 57. Aplikasi koran | 107 |
| Gb. 58. Alternatif layout banner facebook..... | 107 |
| Gb. 59. Final desain banner facebook..... | 108 |
| Gb. 60. Aplikasi banner facebook..... | 109 |
| Gb. 61. Layout alternative banner instagram..... | 109 |
| Gb. 62. Final banner instagram 1 | 110 |
| Gb. 63. Final banner instagram 2 | 110 |
| Gb. 64. Final banner instagram 3..... | 111 |

| | |
|--|-----|
| Gb. 65. Alternatif desain banner pop up website..... | 111 |
| Gb. 66. Final Desain banner pop up website | 112 |
| Gb. 67. Aplikasi Event id..... | 113 |
| Gb. 68. Aplikasi kaos | 113 |
| Gb. 69. Aplikasi totebag | 114 |
| Gb. 70. Aplikasi pin | 114 |
| Gb. 71. Aplikasi Mug..... | 115 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1 Jumlah Penduduk di Kecamatan Cilacap..... | 22 |
| Tabel 2 Kegiatan festival NIPAH 2015 | 36 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1. Penulis Bersama Petugas menyusuri kawasan Nipah | 119 |
| Lampiran 2. Penulis Bersama Humas desa Ujungmanik..... | 119 |
| Lampiran 3. Berfoto di Depan Stand Pameran | 120 |
| Lampiran 4. Stand Pameran | 121 |
| Lampiran 5. Stand Pameran Galeri Soetopo | 121 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Segara Anakan adalah laguna raksasa yang terletak di pantai selatan Pulau Jawa di perbatasan antara Propinsi Jawa Barat dengan Jawa Tengah. Segara Anakan merupakan laguna di antara Pulau Jawa dan Pulau Nusakambangan, Kabupaten Cilacap. Kawasan Segara Anakan merupakan tempat bertemunya 3 (tiga) sungai besar, yaitu Sungai Citanduy, Sungai Cibereum dan Sungai Cikonde serta sungai-sungai kecil lainnya. Kawasan ini juga menjadi penghubung pergerakan ekonomi dan sarana transportasi air masyarakat dari Cilacap menuju Pangandaran.

Kawasan Segara Anakan di Kabupaten Cilacap merupakan kawasan perairan yang unik, karena didominasi hamparan hutan bakau (mangrove) yang sangat luas. Tempat ini merupakan salah satu laboratorium alam bagi para peneliti dalam dan luar negeri dari aneka disiplin ilmu antara lain biologi, geologi, fisika, sosial, ekonomi, budaya, dan hukum. Ditinjau dari fungsi sosial ekonomi, ekosistem mangrove di wilayah ini menyangkut siklus kehidupan ikan, udang, kepiting dan fauna lainnya, seperti burung dan aneka reptile. Laguna ini merupakan tempat berkembang biaknya anak-anak satwa laut sebelum kemudian keluar melalui muara laguna ke laut lepas, Samudera Hindia, untuk selanjutnya ditangkap para nelayan. Hal itu penting untuk menunjang keberlanjutan produk perikanan laut setempat yang sangat erat berkaitan langsung dengan kondisi sosial ekonomi nelayan.

Sebagai sarana transportasi laut antar kecamatan dan pusat-pusat keramaian di tepi barat, selatan dan timur perairan Segara Anakan, laguna ini sangat vital. Potensi lain adalah daya tarik kepariwisataannya yang kuat. Pada tahun 1980-an, di Segara Anakan terdapat 26 jenis tumbuhan mangrove

dengan tiga jenis vegetasi (tumbuhan). Yang paling dominan adalah jenis api-api, bakau, dan cancang (*bruguiera gymnonthiza*) yang sering dimanfaatkan penduduk untuk kerangka bangunan rumah panggung. Mangrove memang merupakan ekosistem paling produktif di antara komunitas laut. Daun-daunnya yang rontok ke air dan kemudian melapuk merupakan tempat mencari makan serta tempat pemijahan berbagai jenis ikan, udang, dan biota laut bernilai ekonomi.

Kawasan ini berperan besar terhadap tingginya hasil perikanan di laguna Segara Anakan. Karena, di kawasan itu ada sedikitnya 15 spesies kepiting bakau, dan 90% dari jenis tersebut dapat ditemui dengan mudah di kawasan yang tertutup rapat oleh kawasan mangrove yang masih baik di laguna tersebut. Keunikan ekosistem laguna Segara Anakan dapat dilihat dari keberadaan biota yang ada, salah satunya adalah ikan sidat. Ikan ini memiliki kandungan DHA hampir dua kali lipat dibandingkan ikan biasa. Dari 12 species ikan sidat di dunia, tujuh di antaranya berkembang di daerah ini. Karena begitu pentingnya peranannya, Badan Konservasi Segara Anakan dan Nusakambangan membagi laguna ini menjadi tiga bagian yaitu zona inti, zona transisi, dan zona pemanfaatan. Dengan tingginya potensi ekologis, sosial dan ekonomi dari Laguna Segara Anakan, laguna ini juga tak lepas dari permasalahan yang serius dalam lima puluh tahun terakhir yaitu pendangkalan, penyempitan luas kawasan laguna, kerusakan kawasan hutan mangrove dan banjir.

Laguna Segara Anakan secara berkesinambungan mengalami degradasi akibat tingkat pengendapan yang tinggi. Adanya pengendapan pada perairan tersebut telah mengakibatkan terjadinya pendangkalan serta penyempitan luasan. Luas perairan Laguna Segara Anakan tahun 1903 masih 6.450 ha. Namun tahun 1939, tinggal 6.060 ha. Jadi, dalam kurun waktu 36 tahun luas wilayah perairan laguna yang hilang akibat sedimentasi mencapai 390 ha. Sekitar tahun 1971, luas Segara Anakan menyusut lagi menjadi 4.290 ha. Hal

ini terus berlanjut hingga pada tahun 1984, luas laguna yang memiliki hutan mangrove terluas di Jawa itu hanya 2.906 ha. Jumlah itu, pada tahun 1994, atau 10 tahun kemudian, menyusut dari 1.331 ha menjadi 1.575 ha. Penyusutan kembali terjadi tahun 2005, atau 11 tahun kemudian, menjadi 834 ha. Artinya, dalam kurun waktu 21 tahun, terjadi penyusutan luasan laguna 2.072 ha atau 98,6 ha per tahun.

Kerusakan laguna Segara Anakan terutama disebabkan tingginya materi sedimen yang masuk ke dalamnya. Diperkirakan besarnya sedimen yang masuk dari sungai Citanduy sebesar 8.05 juta ton/tahun, sungai Cimeneng sebesar 0.87 juta ton /tahun dan sungai Cikonde 0,22 juta ton/tahun, dengan total pasokan sedimen 9.14 juta ton/tahun. Dan total sedimen yang masuk ke Segara Anakan sekitar 8,5 juta ton/tahun keluar ke laut dan sekitar 0,66 juta ton/tahun mengendap di laguna Segara Anakan.

Selain pendangkalan, kawasan Segara Anakan juga kerap kali tercemar tumpahan minyak Pertamina. Tumpahan minyak pernah terjadi pada bulan Oktober 2010. Akibat tumpahan minyak ini, nelayan mengalami kerugian karena sulit mencari ikan. Masalah lingkungan di Segara Anakan tidak hanya bersumber dari tumpahan minyak tapi juga dari limbah industri PLTU dan juga aktifitas bongkar muat Semen Holcim.

Masalah lingkungan di Segara Anakan telah mengakibatkan mata pencaharian nelayan dan petani menurun drastis. Khususnya untuk masalah pendangkalan telah sebabkan desa-desa di Kecamatan Sidareja, Cipari, Kawunganten dan Kedungreja menjadi rawan banjir. Salah satu dari desa yang rutin tergenang adalah Desa Ujungmanik. Selain rutin tergenang, Desa Ujungmanik masih memiliki potensi Pohon NIPAH yang menjadi penopang perekonomian warga dan juga lingkungan. Masyarakat biasa memanfaatkan Daun NIPAH untuk dibuat Atap rumah dan juga menyadap Nira untuk dibuat Gula NIPAH. Kini, masyarakat Ujung Manik terus berjuang hidup dalam genangan banjir yang datang tiap tahun.

Dalam konteks regulasi, kini Desa memiliki otonomi khas sejak lahirnya Undang-undang Desa Nomor 6 tahun 2015. Di undang-undang tersebut desa memiliki sejumlah kewenangan untuk mengatur dirinya, baik dalam kerangka pembangunan fisik maupun non fisik. Hak dan kewenangan baru yang diberikan ke desa menjadi peluang bagi desa untuk menata ulang desanya baik pada konteks ekonomi, lingkungan, budaya dan sektor lain. Peluang inilah yang coba dimanfaatkan desa dalam bentuk inisiatif-inisiatif yang melibatkan pemerintah desa, warga dan pemangku kepentingan di desa. Peningkatan partisipasi warga dalam mengatasi masalah di desanya yang akan terus didorong, salah satunya mengenai tatakelola sumber daya alam, ketahanan pangan, pelestarian lingkungan, pemanfaatan aset-aset desa dan hal lainnya.

Dalam rangka menemukan dan mengenali permasalahan, potensi dan peluang tersebut, pegiat desa dan lingkungan di Kabupaten Cilacap berinisiatif untuk mengadakan Workshop Lingkungan, Informasi Desa dan potensi Desa yang dibungkus dalam gelar “Festival NIPAH”. Festival NIPAH akan menampilkan potensi perekonomian masyarakat dan juga inisiatif-inisiatif penyelamatan lingkungan serta dialog-dialog multipihak. Dengan acara ini, diharapkan para pihak sadar atas tanggungjawabnya dalam upaya kongkrit penyelamatan Segara Anakan dan kawasan hulu sungai.

Festival NIPAH bisa juga di plesetkan menjadi “Nyebar Informasi Potensi desa Hilir”. Desa Ujungmanik merupakan Desa Kawasan Segara Anakan, yang merupakan Hilir dari puluhan sungai. Ia dilewati Sungai Parid yang cukup besar dan muaranya ada di Segara Anakan. Tepian Sungai-sungai Desa Ujungmanik semuanya ditumbuhi Pohon-pohon NIPAH.

Sungai bias dipastikan menjadi salah satu penyebab munculnya berbagai macam budaya dan atau pola hidup masyarakat disekitarnya. Saat ini, banyak sekali budaya-budaya pelestarian masyarakat sungai hilang akibat kepentingan ekonomi yang mendominasi. NIPAH sangat identik dengan sungai-sungai di desa ini. Melalui Festival NIPAH Desa Ujungmanik ini

dengan kaidah ilmu desain komunikasi visual melalui berbagai media yang sesuai dengan target audience dalam festival NIPAH 2016.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang komunikasi visual media promosi Festival NIPAH tahun 2016 di kabupaten Cilacap yang tepat, sehingga mampu merepresentasikan makna dari Festival NIPAH?

C. Tujuan Perancangan

Untuk merancang dan menghasilkan komunikasi visual media promosi Festival NIPAH tahun 2016 di Desa Ujungmanik Kecamatan Kawunganten, kabupaten Cilacap yang tepat sehingga mampu merepresentasikan makna dari Festival NIPAH.

D. Batasan /Ruang Lingkup Perancangan

Perancangan ini menitikberatkan pada :

1. Perancangan ini dibatasi pada media sosialisasi event yang memuat segala hal yang berkaitan dengan Festival NIPAH, media utamanya adalah media luar ruang (poster, billboard, dll) dan event id, nantinya media yang digunakan juga sebagai media promosi dan branding untuk mengenalkan serta melakukan positioning Festival NIPAH tahun 2016.
2. Perancangan ini secara geografis akan diselenggarakan di Desa Ujungmanik Kecamatan Kawunganten Kab. Cilacap Provinsi Jawa Tengah. Namun publikasi dan target pengunjung tidak dibatasi hanya kabupaten Cilacap saja, dengan melalui sosial media target audience menjadi berskala nasional.

3. Target audiens Festival NIPAH adalah anak muda dengan usia 20-50 tahun dengan latar belakang sebagai mahasiswa, diharapkan nantinya dapat memberikan sumbangsih baik ide maupun materi demi kemajuan kabupaten Cilacap lebih tepatnya desa Ujungmanik dalam Festival NIPAH 2016.

E. Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa : Sebagai metode penunjang gagasan ide kreatif melalui bahasa visual yang tepat, sebagai sarana pembelajaran tentang merancang komunikasi visual sesuai dengan target audiens yang di tuju.
2. Bagi Institusi : Menjalankan sebuah komunikasi visual sebagai media promosi yang menarik untuk mensukseskan sebuah event festival berskala nasional, penerapan ilmu desain komunikasi visual yang baik dan sesuai dengan kaidah nya sehingga lebih mampu mensukseskan sebuah event dibandingkan event-event yang tidak memakai kaidah dan ilmu komunikasi visual.
3. Bagi Masyarakat : Meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa sebuah event besar tidak lepas dari perancangan komunikasi visual dan media promosi yang menarik untuk mensukseskan event tersebut.

F. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data
 - a. Kepustakaan dan artikel

Melalui berbagai sumber yang menjadi pendukung perancangan promosi event festival NIPAH ini agar dapat di aplikasikan langsung baik itu dari media sosial, surat kabar, katalog dan berbagai sumber cetak lainnya seperti sumber multimedia / internet (forum/blog/ maupun kabar online).

b. Dokumentasi Data

Metode dokumentasi data merupakan alat pengumpulan data dengan mendokumentasikan secara visual objek yang diteliti.

1. Dokumentasi objek-objek yang berkaitan dengan festival sosial penyelamatan lingkungan dan perekonomian dan pariwisata
2. Dokumentasi data dan objek yang berkaitan dengan Festival NIPAH.
3. Dokumentasi tentang acara Festival NIPAH sebelumnya

c. Wawancara

Merupakan metode dengan cara mengajukan pertanyaan mengenai objek yang diteliti dengan berbicara tatap muka secara langsung.

1. Wawancara dengan pihak Dinas Kabupaten Cilacap
2. Wawancara dengan pihak kepala dusun desa Ujungmanik Kabupaten Cilacap.
3. Wawancara dengan pihak panitia Festival NIPAH 2015.

2. Metode Analisa Data

Analisis data dilakukan dengan metode 5W+1H (What, Where, Who, When, Why + How) dipilih karena latar belakang kampanye ini bersifat sosial, sehingga urung untuk membandingkan dengan festival lainnya tidak seperti festival yang berbasis komersil. Sedangkan pada strategi

komunikasi menggunakan analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) strategi ini sering digunakan dalam komunikasi pemasaran yang cocok untuk era internet.

3. Tahap Perancangan

a. Penyiapan Materi

Mengumpulkan semua data baik data visual maupun data verbal tentang berbagai Festival yang serupa baik di nasional maupun di internasional.

b. Eksperimen gaya desain

Pemilihan warna, gaya desain, bentuk, dan teknik penerapan aplikasi serta media dalam komunikasi visual yang akan dirancang

c. *Rough Layout*

Pembuatan konsep awal melalui sketsa kasar, mulai dari perancangan logo, layout visual, teks, dan ilustrasi dalam perancangan desain.

d. Evaluasi

Proses pengevaluasian desain melalui konsultasi terhadap dosen pembimbing.

e. *Layout* Komprehensif

Tahap setelah pembuatan rough layout, selanjutnya layout tersebut masuk dalam proses digitalisasi melalui computer dan software grafis.

f. Pembuatan *Dummy*

Semua data yang telah masuk eksekusi dalam bentuk digital, kemudian disusun ke dalam halaman-halaman dibuat dengan skala kecil yang nantinya digunakan sebagai pedoman dalam proses desain dan produksinya.

g. Produksi

Percetakan semua hasil desain.

h. *Finishing*

Menggunakan berbagai material dan teknik yang sesuai dengan proses dan pedoman desain yang dibutuhkan.

G. Skema Perancangan

